Rassegna stampa

Orientamento al mercato del lavoro.

Mercato del lavoro, quali i trend per il 2021?

Autore: Rita Maria Stanca
Data: 22 febbraio 2021
Fonte: La Nuvola del Lavoro

Digitalizzazione al servizio delle persone e formazione continua saranno le prospettive e itrend del lavoro dal punto di vista degli HR per il 2021. Ad attestarlo è l'ultima indagine "Trend Mercato del Lavoro 2021" stilata da Infojobs, la piattaforma italiana per la ricerca di lavoro online.

Ma chi non assumerà nuove figure nel 2021 come affronterà il business? Quasi all'unanimità (74,4%) le aziende sono pronte a investire sulla formazione e sullo sviluppo delle risorse interne per trattenere i talenti già nell'organico, eventualmente riqualifi candoli. Il 18,8% farà invece ricorso alla cassa integrazione per non ridurre l'organico, cosa che potrebbe fare il 5,3%.

Rispetto ai trend che caratterizzeranno il mercato del lavoro 2021, gli HR delle aziende italiane si sono espressi a favore della digitalizzazione al servizio delle persone (34,5%): la tecnologia e la digitalizzazione si sono dimostrati partner indispensabili al servizio delle persone e dell'HR per affrontare gli eventi del 2020. Il digitale è essenziale non solo per chi lavora in smart working ma anche come strumento per l'ottimizzazione di tempi e processi di tutte le aree e funzioni aziendali, HR in primis. Gli strumenti digitali quindi diventano un alleato affidabile, imparziale, in grado di accelerare e semplificare i processi, anche di assunzione, liberando così tempo a valore aggiunto per i dipendenti. Per il 25% è necessario incrementare la formazione continua (25%): l'investimento in formazione è sinonimo di rafforzamento delle hard ma anche delle soft skill, sempre più importanti nel nuovo scenario lavorativo. La formazione è un valore, soprattutto per le risorse già integrate in azienda, che possono essere accompagnate in percorsi di sviluppo e crescita ma anche reindirizzate verso percorsi nuovi, adatti alle mutate condizioni dell'azienda.

Il 15,5% pensa invece di incentivare la creazione della cultura d'impresa : la scommessa per il futuro, e in qualche modo la premessa per arrivare davvero a un'organizzazione liquida funzionante, è la creazione di una forte condivisione di valori e cultura d'impresa a tutti i livelli, dai vertici ai dipendenti, perché lo scopo per cui si fa business è sempre più centrale per il business stesso. Segnale debole nel 2020, questo è il trend cresciuto maggiormente rispetto all'anno precedente (+9%).
L'employer branding invece è necessario per l'8,6%: la necessità di far sentire i dipendenti parte del gruppo è fondamentale sia per chi entra in un nuovo team sia per trattenere chi è già nell'organico e far sì che anche l'eventuale distanza del lavoro agile non sia un ostacolo al senso della squadra.
"In un anno che ci ha cambiato profondamente come esseri umani, il mondo del lavoro recepisce e ripropone questo senso di urgenza di mettere al centro ciò che conta davvero" conclude Filippo Saini. "Ecco perché il purpose aziendale, il senso e il valore profondo che guidano il business, diventano centrali per gli HR per creare quella cultura d'impresa che non solo fa la differenza per i dipendenti, ma sempre più anche nel business vero e proprio".